

El amor está en el aire: el consultorio sentimental radiofónico

Ana Victoria Garis

Resumen: El objetivo de este artículo es exponer algunas observaciones sobre aquellos espacios radiofónicos en los que se encuentra presente la consulta sobre problemáticas sentimentales por parte del público y como así también el consejo que apunta a la resolución del mismo. Para ello se realizará la descripción y el análisis de las estrategias discursivas a partir de las cuales se prescriben en estos espacios las acciones que apuntan a regular aspectos concretos de la vida privada del segmento del público que consulta al respecto.

Palabras claves: consultorio sentimental radiofónico, confesión mediática.

El objetivo de este artículo es exponer algunas observaciones sobre aquellos espacios radiofónicos en los que se encuentra presente la consulta sobre problemáticas sentimentales por parte del público y como así también el consejo que apunta a la resolución del mismo. La propuesta es por lo tanto la descripción y el análisis de las estrategias discursivas a partir de las cuales se prescriben en estos espacios las acciones que apuntan a regular aspectos concretos de la vida privada del segmento del público que consulta al respecto.

Los textos radiofónicos analizados en este artículo presentan la particularidad de ser productos de un fenómeno de transposición¹, ya que la consulta sobre problemas sentimentales de particulares a los medios masivos posee una larga vida social, iniciada en los primeros años del siglo XX. Cabe destacar que, tal como lo plantea José Luís Fernández (2008:11) entre los años 1920 y 1935, la radio se constituye en un medio de comunicación central en Buenos Aires, una ciudad que ya contaba con un sistema sofisticado de medios gráficos. En esta dirección, M Gutiérrez Reto (2008:168) marca que la radio fue en sus comienzos una gran maquina transpositiva, muchos de los textos radiofónicos de la década del '20 eran formas de intercambio que tenían vida previa a la radio o se desenvolvían en otros emplazamientos institucionales, de esta manera, muchos de los géneros estrictamente radiofónicos fueron configurándose a partir de prestamos e hibridaciones de este tipo. Los espacios descriptos a continuación anteceden en varios años al período mencionado, por lo que podemos concluir que el primer consultorio sentimental radiofónico tiene que haber sido forzosamente, por este antecedente temporal, producto de una transposición².

La consulta sentimental en los medios:

Un espacio que se puede concebir como un *proto - consultorio sentimental* aparece en la prensa gráfica argentina en los primeros años de la década de 1910, en secciones dedicadas a *la palabra de*

¹ Técnicamente se puede definir a la *transposición* como la operación por la cual un texto cambia de soporte y/o de sistema de signos. Éste es un fenómeno complejo que plantea una forma específica de producción de sentido. Todo pasaje implica una resignificación del texto transpuesto, la resignificación determinada tanto por factores *materiales* como por otros que aparecen cuando la posible operación transpositiva se demora en el tiempo o se aleja en el espacio y es entonces “modulada” por las representaciones de un nuevo presente.

² No se han hallado en la bibliografía específica sobre la historia de la radiofonía argentina una mención clara sobre los primeros consultorios sentimentales ni sobre su proliferación. La única referencia encontrada se halla en “Días de radio” (Ulanovsky 1995: 381) y es sobre los espacios destinados a “escuchar” al oyente en la década del '80 y del '90, al respecto sólo menciona *Te escucho* de Luisa Delfino y *La noche y vos* conducido por Carlos Rodari.

los lectores³. En estos espacios se introduce por primera vez en el medio gráfico la declaración de amor pública, la exposición de las desdichas amorosas y los consejos sobre dilemas románticos como asuntos que recortan la cuestión sentimental y la estructuran como eje temático de estos nuevos espacios. Conviven aquí las confidencias de los lectores, las descripciones de la persona pretendida, los chismes enigmáticos acerca de los amoríos de terceros y las respuestas a los interrogantes planteados por el medio. Estas secciones se convierten en verdaderos foros donde habitan muchas voces preguntando y respondiéndose entre sí⁴.

A partir de 1920 el género⁵ se encuentra definido tal como se lo conoce en la actualidad, a saber, como un espacio mediático dedicado a la resolución de problemas sentimentales del segmento de público que consulta al respecto.

Con su estabilización se instala en los medios gráficos un espacio exclusivo para el tratamiento de los dilemas amorosos de particulares organizado en torno a la figura de un consejero que monopoliza la palabra y se presenta como única voz habilitada para opinar sobre los conflictos planteados en la sección. Con la aparición de esta figura regente se insta una relación jerárquica entre los protagonistas de la escena comunicacional. Esta lógica establece un particular vínculo entre tres actores fundamentales: el medio, el responsable de la sección y los lectores que consultan.

El consultorio sentimental vive un auge entre las décadas del '40 y del '60, disminuyendo su presencia -sin llegar a desaparecer- hacia 1970. En su momento de esplendor, la presencia cuantitativa de estos espacios es destacable, tal es así se pueden hallar mas de una sección de este tipo por publicación⁶. Esto lugar a una gran variedad de asesores sentimentales, entre los que se hallan figuras masculinas, femeninas, sacerdotes, artistas y doctores. A partir de las características propias de cada figura, se constituyen diversos tipos de vínculo entre consejero y aconsejado, basados en parámetros de autoridad o complicidad según sea el caso.

Durante más de medio siglo, el consultorio sentimental conforma junto a otros tantos discursos un universo normativo cuyo objetivo se centraba en apaciguar el *huracán de las pasiones* para evitar que sobrevenga el *caos de la inmoralidad*⁷. Este temor se transforma en un problema central que excede la esfera privada y pasa a ser de dominio público, en este desplazamiento, el consultorio sentimental se presenta como un segmento de los discursos públicos destinados a regular comportamientos concernientes a la vida privada, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la observación de los amores, engaños, y pasiones de una época.

³ Nos referimos a *El amor, el hogar y la mujer*, *La página de los lectores*, *La opinión de los lectores* pertenecientes a la revista *Mundo Argentino*; y *La mujer, la moda y la casa*, *Confidencias - Siluetas-Encuestas y Flirts* incluidas en el semanario *Vida Porteña*. Ambas publicaciones han sido de gran circulación durante la época citada.

⁴ Las descripciones de estas secciones y las que se hagan a continuación son producto de la investigación realizada para mi tesis de licenciatura en Comunicación Social titulada "Pasiones Reguladas", cuyo resumen se encuentra publicado en la revista LIS N° 2 (2008, 89-106). Las observaciones sobre los consultorios sentimentales en la actualidad son producto de la investigación que estoy realizando en el marco de la beca de iniciación a la investigación de la UNLP.

⁵ Se recurrirá aquí a la definición propuesta por O. Steimberg (1993,45) quien entiende a los géneros como "Clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótica e intercambio social". Vale aclarar que esta concepción teórica define a los géneros como clasificaciones sociales de conjuntos de textos agrupados por regularidades formales, pero también por consensos metadiscursivos no necesariamente rigurosos, con un funcionamiento equivalente al de las instituciones sociales.

⁶ Tal es el caso de la revista "Maribel" que incluye entre los años 1958 a 1965 junto a su consultorio sentimental "oficial", "Contésteme por favor", secciones análogas a cargo de personajes famosos tales como Palito Ortega, Violeta Rivas, Juan Ramo y Antonio Prieto.

⁷ Estos conceptos aparecen en las notas de opinión sobre "vínculos personales" y "modernidad femenina" publicados en "El Hogar" y "Mundo Argentino" (1925-28).

En la actualidad, el género se encuentra presente tanto en diarios⁸, en revistas femeninas y juveniles⁹, en semanarios destinados al público masculino¹⁰, como así también en la televisión¹¹, pero es en la radio donde la consulta sobre problemáticas sentimentales encuentra su mayor expansión. Por ello intentaremos determinar de que modo se comporta esta clase de género en un medio como el radiofónico, donde las características del dispositivo posibilita un particular vínculo entre el consejero y aconsejado

Siguiendo a J.L. Fernández (1994), el lugar de todo dispositivo técnico mediático en el universo de lo discursivo puede definirse como el campo de variaciones que posibilita en todas las dimensiones de la interacción comunicacional (variaciones de tiempo, de espacio, de presencias del cuerpo de practicas sociales de emisión y recepción, etc), que modalizan el intercambio discursivo cuando este no se realiza “cara a cara”. Cabe aclarar que la noción de dispositivo se constituye básicamente en oposición a otras dos: la de medio y la de técnica. La noción de técnica abarca la base tecnológica, la de medio incluye la práctica social de carácter público que se articula con un dispositivo (un medio es un dispositivo mas una práctica social específica) la noción de dispositivo, entre ambas, incluye los distintos modos de funcionamiento que se abren como diferentes modalidades de producción de sentido de la técnica en cuestión.

El mencionado autor ha trabajado sobre el conjunto de restricciones y posibilidades discursivas que establecen los dispositivos técnicos utilizados para la comunicación así como en su reconocimiento y despliegue desde una perspectiva estilística en la radio. Señalaremos brevemente al respecto que en este medio, las técnicas que permiten la mediatización del sonido vocal abolieron el doble juego de distancias temporales que separa la producción de un texto de su emisión y de su recepción, y el que separa su recepción de su lectura. Al permitir la “toma directa” y la mediatización de la voz, la presencia del cuerpo y la simultaneidad marcan los modos de intercambio existentes en este medio. En este caso la presencia del cuerpo indicada por la voz de los participantes de la escena comunicacional conjugada con la confesión y el consejo como modalidades preponderantes dentro del género se constituye en un observable relevante para este artículo.

El consejo radiofónico

La presencia del consejo sentimental en la radio no es marginal ni se circunscribe en modo alguno a programas destinados a tal fin. De hecho dentro de la serie analizada se han hallado sólo dos programas dedicados íntegramente al asesoramiento sentimental: *Te Escucho* de Luisa Defino, un clásico del género que supo tener su versión televisiva entre 1992 y el 2000 y *En búsqueda del amor* (consultorio sentimental emitido por Alfa FM, cadena perteneciente a la Iglesia Universal de Dios).

Lejos de tener un espacio acotado, la consulta sentimental se halla integrada en programas de interés general por medio de secciones específicas destinadas a tal fin¹². En este sentido, el tiempo destinado es significativo, la consulta y el consejo amoroso ocupan por lo menos, más de un tercio de cada programa.

⁸ *Crítica de la argentina* y *Popular*.

⁹ *Para Teens*, *Oh,lala!*, *La revista de Susana*, *Tendencias*, *Tú*, *Seventeen*, *Cosmopolitan*, *Pop Start*, *Vanidades*.

¹⁰ *Maxim's*, *Hombre*, *Men's Health*.

¹¹ *El Consultorio de la Doctora Amor* (Cosmipólitán tv) , *Mujeres Fuertes* (Utilísima satelital), *Recién casados*, *recién peleados*, *Siete días para salvar tu matrimonio* (ambos de Discovery Home and Health), *Alguien a quien querer* (Telefé), *Terapia de pareja* (Discovery channel) , *El consultorio de Silvia Freire* (Infinito) , *De corazón a corazón* y *Los consejos de la Hermana Angélica* (ambos en EWTN) , *La terapia del amor* (América) por consignar algunos de los muchos programas que poseen asesoría sentimental en la actualidad.

¹² Ver corpus al final del artículo.

Otro dato a tener en cuenta es que no existen preferencias de horario, de emisora, ni banda (am-fm): podemos asegurar que a partir de la segunda mañana¹³ la consulta sentimental se hace presente, constituyendo una verdadera *avalancha biográfica*¹⁴.

El consejo y la temática sentimental se hacen presentes de diversas maneras. En primer lugar se introduce por la presentación “oficial” de la sección destinada a aconsejar a los oyentes, esta mención inaugura la conversación y el debate sobre los temas planteados. Esto marca un comienzo pero el final siempre es difuso, es decir, estas secciones no cuentan con un tiempo estipulado sino se extienden durante todo el programa. Usualmente en los envíos donde se incluye el consejo sentimental coincide con la presencia de consignas con preguntas relacionadas a problemas vinculares o dilemas amorosos¹⁵.

Los consejeros, por su parte, responden a las características más variadas: los hay psicólogos, sexólogos, periodistas “especialistas en relaciones” y pastores. Se encuentran en igual proporción hombres y mujeres, no hay preponderancia genérica en este sentido.

Sin embargo, esta figura tan importante en el consultorio sentimental gráfico se desdibuja un tanto en el consultorio radial. En la gráfica la única palabra presente es la del consejero, quien monopoliza el análisis de la situación y la recomendación. En el ámbito radiofónico en cambio, una vez hecha la consulta los integrantes del programa y el público opinan sobre el tema, de tal forma, aunque la palabra del especialista es tenida en cuenta, se diluye un poco en el debate.

Si bien la voz del consejero ordena la conversación, categoriza los sentimientos y explica las situaciones, pareciera que a veces, su presencia es casi una excusa para discutir sobre los casos expuestos por los oyentes, ya que su opinión es importante pero no es la única ni la definitiva. A partir de la consulta dirigida al consejero, se abre un gran debate donde los integrantes del programa opinan sobre el caso, cuentan sus propias experiencias, consultan de modo particular al consejero. Del mismo modo, el público juzga los casos durante todo el programa mediante e-mails o grabaciones vía contestador telefónico¹⁶, de manera que constantemente retorna el caso y la discusión sobre el mismo¹⁷.

Ahora, si bien el modo de presencia del consejero se desdibuja un tanto en comparación con el consultorio gráfico, esto no significa que su opinión no se encuentre jerarquizada, sino que con respecto a las consultas, se dan dos series de relaciones paralelas.

Por un lado se observa la presencia de un *coro* de opiniones donde existe cierta simetría entre los actores de la escena comunicacional, los cuales devienen coparticipantes de la sección en tanto no existe jerarquía alguna entre ellos que legitime el consejo de un sujeto sobre otro, sea integrante del programa u oyente. Se configura de este modo una especie de tribunal conjunto que puede observar y evaluar las características del caso.

Simultáneamente se presenta la opinión del consejero, que si bien comparte el diálogo y debate con las demás posturas, finalmente es la que prevalece. Su palabra adquiere un valor diferencial comparada con la de los demás, ya que es el único autorizado a explicar la génesis de los

¹³ Se denomina segunda mañana al segmento comprendido entre las 9 y 12 de mediodía, aproximadamente.

¹⁴ Considérese esta expresión en consonancia con la noción de *espacio biográfico* elaborada Philippe Lejeune (1975) y tomada por Leonor Arfuch (2002), que da cuenta de la multiplicidad y la hibridación de textualidades que caracterizan la cultura contemporánea donde la propia experiencia constituye un valor privilegiado. Para la autora, la notable expansión de lo biográfico -en entrevistas, retratos, talk show, consultorios de toda índole - constituye un síntoma, donde puede leerse la reconfiguración de la subjetividad contemporánea.

¹⁵ Las consignas son del tipo: *Tener sexo en la primera cita: ¿sí o no?*, *¿Pensar en otra persona es infidelidad?* (Basta de todo, Doctora Amor), *¿Cuál fue el gran amor de tu vida?* (Te escucho, Luisa Delfino), *¿Los de mas de cuarenta están solos por elección?* (Rolando Hangling)

¹⁶ Sobre las características del contestador telefónico ver “Aproximaciones a los mensajes de bienvenida de los contestadores telefónicos” M. Kirchheimer-V.Miguel (coords)” (2008)

¹⁷ De esta manera parecieran retomarse los códigos del proto – consultorio sentimental, descriptos anteriormente.

problemas y a “diagnosticar” a los consultantes. Convengamos que esto es así porque los demás integrantes otorgan valor a ese supuesto saber que posee el consejero, conocimiento proveniente de un campo de saber específico (psicología, sexología, religión) o bien de su “experiencia en la vida”.

Así las demás opiniones vertidas sobre los casos -si bien son tenidas en cuenta- quedan finalmente relativizadas al ser comparadas con las competencias del consejero con respecto a los temas sentimentales. Se configura de este modo un tipo de interacción complementaria, un vínculo basado en la diferencia de jerarquías entre quien pide el consejo y los que opinan por un lado y aquel habilitado para brindarlo¹⁸.

De esta manera, la no reversibilidad de las posiciones enunciativas en términos de derecho a preguntar y la estandarización temática, hace de estos momentos radiales espacios altamente ritualizados, aunque que posean como estandarte los valores de la fluidez y la espontaneidad.

Vale aclarar por último que la única variante a lo que hemos descrito hasta el momento, se presenta en el programa *En búsqueda del amor* (consultorio sentimental emitido por Alfa FM, cadena perteneciente a la Iglesia Universal de Dios). Aquí no se da ningún debate, la única palabra legítima es la del consejero. Además de la consulta, se presenta el *caso resuelto* como modos de mostración de la eficacia de los consejos del pastor. De esta manera se exponen tres testimonios de parejas que han resuelto sus conflictos por haber seguido las pautas propuestas en el programa y por la *Terapia de amor* que se realiza en el templo donde “*las personas son instruidas a actuar de forma correcta y a encontrar el verdadero secreto para amar y ser amado*”.

El ejercicio de la influencia:

En los consultorios sentimentales analizados se observa una particularidad: la presencia constante de cierto tipo de reglas argumentativas en el que coinciden las respuestas de los diversos consejeros que conforman la serie analizada. Esto permite observar los mecanismos puestos en juego a la hora de evaluar una situación y prescribir las indicaciones correspondientes al caso.

En líneas generales se puede determinar que ante un planteo -sea cual fuere sus características- los asesores realizan similares operaciones argumentativas. Tomaremos como referencia el desarrollo de Claude Bremond (1970) al respecto quien sostiene que entre los roles que un personaje es llamado a asumir (en un relato, pero también en una conversación) se puede abstraer una función general denominada “ejercicio de la influencia”. Enfocada en su máxima generalidad, la influencia tiende a modificar las disposiciones de la persona influenciada respecto de una circunstancia, lo cual se condice perfectamente con la situación que se establece en los espacios radiales analizados. Veamos pues, como se despliega este tipo de escena.

En primer lugar se puede determinar que en los consejos que se brindan toman dos formas homologables a las dos grandes vías de la *invetio*¹⁹: convencer y conmover. De esta manera hallamos un modo de influencia que se puede denominar “intelectual”, donde el consejero opera sobre el conocimiento que tiene el consultante sobre los datos de la situación actual o sobre un

¹⁸ La distinción entre simetría y complementariedad en el campo de la comunicación fue introducida por el antropólogo G. Bateson. Esta distinción se aplica a los intercambios sociales entre individuos, y entre grupos. Desde esta perspectiva, un *intercambio complementario* es aquel por el cual ante un acto de comunicación de A dirigido a B, B responde con un acto de comunicación cualitativamente distinto. El ejemplo más simple de esto es el intercambio pregunta / respuesta, donde A hace una pregunta a B en busca de cierta información; B responde proporcionando la información buscada. Por el contrario, un *intercambio simétrico*, es aquel por el cual en un acto de comunicación x realizado por A hacia B, B responde con un acto de comunicación del mismo tipo (por ejemplo, si A insulta a B, B insulta a A). (E. Verón 1999: 103-104)

¹⁹ Este término corresponde a uno de los tres momentos de la retórica Aristotélica: *invetio*, *dispositio*, *elocutio*. En la *invetio* se responde la pregunta: ¿Qué decir? Se buscan motivos que permitan mostrar una causa como posible. En este momento el orador muerta el estado de la causa y expone las pruebas que considera necesarias. (Ducrot- Schaeffer 1998:156)

eventual suceso futuro, esto se realiza casi siempre informando o confirmando una información recibida y dándole un sentido particular²⁰.

O bien se realiza de modo “afectivo”, donde el consejero actúa sobre los móviles que pueden inducir al sujeto que consulta a desear o temer una situación determinada. Esto se realiza despertando la esperanza de ciertas satisfacciones o bien generando el temor sobre algún acontecimiento futuro que se pueda suceder si se acciona de tal o cual manera. Del mismo modo, se observa la inhibición de temores o de esperanzas sobre una situación concebida por quien aconseja como desfavorable²¹. En concordancia con estas dos vías hallaremos en los discursos de los consejeros como fundamento de la prescripción de la toma de decisiones tanto móviles pragmáticos como hedónicos.

Vale aclarar, que ni el consejo ni el desaconsejo son figuras reconocidas por la retórica clásica, lo que no implica que en el discurso de los consejeros no hallemos algunas figuras retóricas recurrentes a la hora de brindar sus prescripciones. En este sentido encontramos la presencia constante de la *contrafisión*, figura en la que simulando despertar la confianza en algo, sólo tiende a alejar todo deseo. Esto se halla en los desaconsejos irónicamente presentados bajo la forma de consejo, aquí el consejero simula recomendar el medio cuyos inconvenientes o ineffectividad acaba de exponer²².

Asimismo hallamos regularmente el uso de la *deliberación*, figura que consiste en fingir que se cuestiona para hacer valer las propias razones (Ducrot- Schaeffer 1998: 154) Según Bremond la deliberación mantiene con la decisión una relación de causa - efecto y se la puede considerar como un sustituto metonímico del consejo. Esta figura está ligada al giro interrogativo pero no deja de tener el valor de una afirmación. En las respuestas de los asesores sentimentales se halla de forma constante la siguiente situación: a través de un estado de dubitación se señala una resolución, algo que realmente el consejero cree²³.

Los modos de presencia de la consulta

Existen dos grandes modos de presencia de la consulta: vía e-mail o bien llamada telefónica en vivo. Estos dos modos marcan una importante bifurcación en cuanto al tratamiento de las problemáticas planteadas y los vínculos entre consejero y aconsejado.

Cuando la consulta se realiza por medio del correo electrónico, mantiene los códigos epistolares característicos en el género gráfico: se presenta usualmente el seudónimo²⁴, en líneas generales las consultas introducen una pequeña historia sobre la causa del padecer o del dilema que da origen a la duda y se enuncian una o dos preguntas concretas sobre la situación expuesta.

²⁰ Respuestas del tipo: “*Vos misma lo estás diciendo, sos una mujer dominada*”, (Alicia Barrios, “Que más se puede pedir”) “*Por lo que me cuenta, usted esta pasando por el típico síndrome de la adolescencia no vivida, esto trae sus consecuencias*” (Dr. K, Perros de la calle), son recurrentes en la serie analizada.

²¹ “*Si seguís jugando a dos puntas te vas a quedar sin el pan y sin la torta*” (metro y medio) “*Cuando superes este trauma y puedas dejar a tu marido, te vas a valorar a vos misma por tus virtudes y no por lo que los demás opinen, ahí sí, realmente vas a poder ser feliz*” (Lic. Rolón, Tarde Negra)

²² “*Vos seguí metiéndole los cuernos a tu marido, en una de esas conseguís sentirte mas joven, mas plena*” (Silvia Freire en su sección del programa “Rolando Hangling”). “*Mira Luis, vos “dale” a la mujer de tu primo... después en las fiestas familiares la vas a pasar genial*” (“Andy” Kustnesoff, sección “segunda opinión” del programa “Perros de la calle”) son algunos ejemplos de esto.

²³ “*¿Es una situación tan desagradable para vos esto de ser “la otra”?*” (Luisa Delfino), “*¿Será que realmente estas buscando separarte?*” “*¿Y eso es ser madre?*” (“Dra. Amor”- Basta de todo)

²⁴ La pervivencia de este modo de identificación obedece a cuestiones funcionales que responden a una característica peculiar del género: el tratamiento público de temas privados. En esta convergencia entre lo masivo y lo íntimo, el seudónimo se inscribe como un modo de garantizar el resguardo de la identidad ante el secreto confesado o ante a exposición pública de una cuestión íntima y en algún punto vergonzante. No es un dato menor que el seudónimo aparezca sólo en las consultas escritas donde no hay rastro del cuerpo, esto no ocurre en las consultas telefónicas donde el resguardo de la identidad se encuentra relativizado por la presencia de a voz en tanto marca única y personal.

La misiva es leída al aire indistintamente por el locutor o conductor del programa. En la mayoría de los casos se observa cierta dramatización en la lectura de la carta: se la musicaliza, se ponen tonos particulares, se realizan pausas, y en ocasiones se le agregan efectos sonoros²⁵. Al mismo tiempo quien lee – que nunca es el consejero- comenta los dichos del consultante e intenta en la mayoría de los casos dilucidar sus “verdaderas intenciones”. En el momento de la lectura muchas veces es donde se da la primera opinión sobre el problema por parte del lector de la carta.

Esta modalidad de presentación habilita el debate del resto de los participantes de la escena comunicacional (oyentes y demás integrantes del programa), ya que la narración de los hechos y la encadenación de los sucesos se encuentra descripta claramente. Esto no sucede en el otro modo de presentación de la consulta – la llamada telefónica- que veremos a continuación.

El imperio de la conversación:

Cuando la consulta se introduce por medio de la llamada telefónica en vivo²⁶, presenta diferencias considerables a las características enumeradas anteriormente.

Cuando las secciones destinadas al consejo incluyen la llamada telefónica, emerge la entrevista²⁷. Allí se le pide al consultante que narre su problema, simultáneamente se presenta todo un despliegue donde el consejero va deteniendo el relato para indagar, pedir preescisiones, al tiempo que va sacando sus propias conclusiones.

Luego de escuchar e interrogar, quien aconseja - con las referencias aportadas por el consultante- “pasa en limpio” la situación, reconfigura el problema, ordena de diversa manera los datos del relato, lo que le permite reinterpretar la cuestión. Tal como lo plantea Jacques-Alain Miller (2004), la evaluación es ante todo una retórica, de esta manera, la propuesta del consejero parece ser la invitación a la confesión, para que luego, por medio de su operación todo lo que el consultante le ha confiado quede expuesto de una nueva manera, novedosa hasta para el mismo consultante que es el único que ha vivido la experiencia.

Se observa por parte del consejero un desarrollo inusitado de las destrezas pragmáticas contenidas en la noción de formulación (Garfikel, Sacks 1990): el planteo claro las preguntas, la repregunta, el retorno sobre un tema, el resumen, el desarrollo de lo sustancial de las definiciones del otro, además de hacer avanzar el diálogo, anular el silencio, abrir una polémica, aprovechar elementos inesperados, entre otras cuestiones.

En la deriva de la interrogación, siempre puede producirse la irrupción súbita de una revelación, esta posibilidad de apertura hacia lo imprevisible, hacia lo que no estaba contenido inicialmente en el relato provoca muchas veces el cambio de dirección de la pregunta original del consultante al tiempo que establece posibles cambios de opinión en el consejero por el “descubrimiento” de estas nuevas cuestiones²⁸.

Esto establece un marcado contraste con respecto la consulta vía mail, ya que cuando el consejo se pide a través de una llamada telefónica, se observa cierta morosidad por parte del consejero vinculada a un interés por ir desgranando poco a poco la historia de quien consulta, buscando

²⁵ Un caso paradigmático de esto se halla en la sección *Cartas de amor prohibido* del programa “Rolando Hangling”

²⁶ Sobre las características del contestador telefónico ver “Teléfono: de la comunicación interindividual a la interfaz hombre maquina” (M. de los Ángeles Mendoza 2008)

²⁷ Tal como lo marca Leonor Arfuch (2002: 119-120) la entrevista mantiene vigentes los rasgos que fueron la clave de su éxito inicial: la ilusión de la presencia, la inmediatez del sujeto en su corporeidad, la vibración de una replica marcada por la afectividad – la sorpresa, la ira, el entusiasmo, en el acceso a la vivencia del otro. Asimismo, y en concordancia con la teoría de los géneros discursivos de M. Bajtín la autora acentúa la idea la entrevista es un género predominante que aporta su “tono particular” a la comunicación masiva en la actualidad. Esto por su constante expansión temática, estilística y por la diversidad de usos y registros y el imaginario de inmediatez y autenticidad que conlleva.

²⁸ En congruencia con esto, cabe mencionar la concepción de Paolo Fabbri (1990:15-20) respecto del secreto, quien lo concibe no como ocultamiento premeditado de la comunicación sino un juego de lenguaje en movimiento, que traza alternativamente zonas de sombra pero que son inherentes a la posibilidad misma del intercambio social

causas ocultas o no dichas hasta el momento, enfrentando al consultante con sus propias contradicciones dentro del relato. Esto adquiere a veces los modos de un interrogatorio judicial pero también aparecen formas cercanas a la charla entre amigos, con juegos de confianza y complicidad²⁹.

Una voz en el teléfono

En consonancia con esta búsqueda de interpretación del sujeto que consulta, el consejero no sólo toma en cuenta sus palabras sino que presta especial atención a los tonos y al “tipo” de voz de quien realiza la consulta.

La presencia de la voz humana como fundamento del intercambio en tanto corporización de los interlocutores otorga a estas comunicaciones un rasgo particular. En estos espacios de consejería sentimental radial se le atribuye a la voz de quien consulta la expresión de ciertas características del sujeto, que aportan información sobre la personalidad del portador y complementan la información otorgada por el relato de la situación³⁰. Debemos tener en cuenta que la presencia de la voz se relaciona de un modo indicial con el objeto que representa, en este caso un sujeto. En tal sentido recordemos que un índice remite a su objeto porque esta en conexión dinámica con el objeto individual por un lado y con los sentidos o la memoria para quien sirve como signo, por otro. Por lo tanto, y tal como lo plantea J. L. Fernández (1994:38-40) cuando un dispositivo como es el caso del radiofónico permite la mediatización de la voz humana, ésta se concibe como el cuerpo del emisor, fragmentado, pero plenamente corporal. De tal manera, como lo marcáramos anteriormente, en comparación con la consulta escrita, la presencia de la voz como representante del cuerpo de quien pide la opinión, introduce una diferencia significativa en el tipo de vínculo entre consejero y aconsejado³¹. Podemos concluir entonces que la consulta propiamente dicha, la pregunta concisa sobre un problema sentimental se halla con más frecuencia en las consultas escritas, en el caso de la entrevista telefónica no se toma en cuenta la pregunta inicial sino que a través de un interrogatorio se configura una marcada incitación a la confesión³².

En este sentido, los intercambios que se dan en las secciones adquieren caracteres particulares, ya que acota temáticamente el terreno biográfico de individuos sin fama ni notoriedad, la única razón de ser entrevistados por un medio masivo como la radio se origina en

²⁹ Si atendemos a la distinción entre géneros discursivos primarios y secundarios realizada por M. Bajtin, la entrevista se halla entre los secundarios. Es un género complejo, cuya dinámica intersubjetiva, opera en semejanza con las formas cotidianas de dialogo, es decir con la conversación en tanto género primario. De todos modos la entrevista no solo revelara las huellas de la conversación sino también la de otros géneros: el teatral, la novela, el dialogo socrático, el informe científico, entre otros.

³⁰ De modo recurrente hallamos este modo de interpretación de la voz, donde por medio de la escucha se llega a la conclusión que tal o cual consultante es *vergonzoso, inseguro, confiable, seductor, mentiroso*, etc.

³¹ Al respecto cabe mencionar el concepto de *cuerpo signifiante* (Verón 1987: 140-155) Este concepto se relaciona con un aspecto clave: la teoría de la discursividad no es una lingüística ampliada sino que trata sobre un complejo de materia signifiante heterogénea (icónica, indicial y simbólica) situados en la historia y atravesados por estos tres órdenes. Se reintroduce así lo indicial, modo de funcionamiento olvidado durante mucho tiempo en la reflexión sobre la comunicación, que fue dominada por el par digital-analógico. Este nivel de funcionamiento indicial es una red compleja de reenvíos sometida a la regla metonímica de la contigüidad, el pivote de este funcionamiento (capa metonímica de producción de sentido) es el cuerpo signifiante. Allí es donde entra la reflexión sobre el cuerpo, siendo éste el soporte de la discursividad. El sujeto signifiante está hecho de la composición de estos tres órdenes, todo intercambio entre sujetos hablantes es un paquete compuesto por mecanismos de los tres niveles. Entre éstos se establecen relaciones interdiscursivas complejas pero sólo el lenguaje puede referir los otros niveles. La presencia de los tres órdenes en cualquier discurso proviene del hecho de que el sujeto signifiante es el invariante universal del reconocimiento del sentido.

³² Tal como lo marca M. Foucault (1977), el ritual de la confesión nace en el ámbito eclesiástico a principios del siglo XII, siendo apropiado más tarde por otros campos como técnica privilegiada para producir verdades sobre los sujetos. La confesión se difunde en la justicia, la medicina, la pedagogía, las relaciones familiares y amorosas, entre otros campos, constituyendo un formidable dispositivo de poder.

un pedido de ayuda y un deseo de exposición de su caso al que se le supone algún punto de interés. Podríamos decir entonces que se configura en estos espacios radiofónicos el fenómeno de la intimidad misma como espectáculo (Sibilia 2008)³³. Es por ello en estas entrevistas se focaliza el conocimiento de la persona en su papel configurativo respecto de las identidades, en la modelización del mundo privado y de la intimidad, y en el énfasis puesto en la función reguladora de los sentimientos (Arfuch 2002).

Tomando en cuenta la marcada presencia y los modos de figuración de las consultas y los consejos sobre temas sentimentales en el ámbito radiofónico descriptas, podemos concluir que los espacios analizados en este artículo parecen inscribirse en un nuevo eslabón de la confesión occidental, que vive su auge en los medios masivos de comunicación. Este caso la presencia considerable dentro del espacio radiofónico argentino de estas secciones destinadas a “escuchar” y aconsejar a los oyentes se convierten en un escenario privilegiado para observar tanto de “haz” de relaciones y la dinámica que se llevan a cabo en el ritual de la confesión y el consejo, como así también de cierto resurgimiento de la antigua práctica introspectiva de exploración y conocimiento de sí.

CORPUS:

Programa	Emisora	Día y Horario	Conductor	Sección	Consejero
Perros de la calle	Metro	L a V 10 a 13	Andy Kustnesoff	“Segunda opinión” “Da para darse” “La sección de los ex”	* Dr. K * Equipo del programa
Basta de todo	Metro	L a V 13 a 17	Matías Martín	“Doctora amor”	Esther Feldman
Metro y medio	Metro	L a V 17 a 20	Sebastián Wanraich	“Gorda con helado”	Julieta Pink
Rolando Hangling	Radio Diez	L a V 15 a 18	Rolando Hangling	“Cartas de amor prohibido”	* Rolando Hangling *Silvia Freire
Que mas se puede pedir	Radio Diez	Sab. 18 a 21	Alicia Barrios	¿Qué te esta pasando?	* Alicia barrios
Te escucho	Del Plata	Dom 00 a 05	Luisa Delfino	“Historias”	* Luisa Delfino
En búsqueda del amor	Alfa Fm	L a V 22 a 24	Pastor Miguel	“La terapia del amor”	* Pastor Miguel
Tarde Negra	Rock and Pop	L a V 17 a 19	Elisabeth Vernaci	“El consultorio del Lic. Rolón”	* Gabriel Rolón
Charlemos		L a V	Dan Costas	“Charlemos”	* Dan Costas

³³ Bajo este concepto la autora analiza las claves con las que se presenta la exhibición de la intimidad en la escena contemporánea y los diversos modos que asume el yo de quienes deciden abandonar el anonimato para lanzarse al espacio público. La reflexión gira en torno sobre manifestaciones que han tenido lugar en la última década como parte de un fenómeno cultural que conduce al impulso de “hacerse visible”: los *reality* y los *talk shows*, el auge de las biografías en el mercado editorial, etc. A partir de la hipótesis que estos fenómenos representan un momento cultural de transición que anuncia una mutación de la subjetividades, se pone de relieve el veloz distanciamiento que se ha producido en los últimos años respecto de las formas típicamente modernas de ser y estar en el mundo y de aquellos instrumentos que solían usarse para la construcción de *sí mismo*. Todo esto pone en relación las formas actuales de construir la subjetividad con otras modalidades de *relato de sí*, que van desde el diario íntimo hasta el psicoanálisis, pasando por todas las formas de introspección.

	Belgrano	1 a 4			
La voz de la noche	Continental	Sab. 23 a 2	Mariló Lopez Garrido	"Tu espacio"	* Mariló Lopez Garrido

Bibliografía citada:

- Arfuch, L. (2002) *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Bajtin M. (1982) "El problema de los géneros discursivos" en: *Estética de la creación verbal*, Madrid, Siglo XXI.
- Bremond, C (1970) "El rol del influenciador" en *Investigaciones Retóricas II*, Barcelona, Ed. Buenos Aires.
- Ducrot O., Schaeffer J.M.(1998) *Nuevo diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, España, Ed. Arrecife.
- Fabbri P. (1995) "El tema del secreto" en *La táctica de los signos*, Barcelona, Gedisa.
- Fernández, J. L (1994) *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Atuel.
- ____ (2008) "La construcción de lo radiofónico: modos de presencia de la novedad discursiva" en *La construcción de lo radiofónico*, Buenos Aires, La Crujía.
- Foucault M, (1977) *Historia la historia de la sexualidad Vol. I La voluntad de saber*, México, Siglo XXI.
- Garfikel, H. Sacks (1990) "On formal structures of practical accions" en *Theoretical sociology*, N.Y. Ed. Apleton.
- Gutiérrez Reto M. (2008) "Dispositivo radiofónico y vida cotidiana en los inicios de la radiodifusión" en *La construcción de lo radiofónico*, Buenos Aires, La Crujía.
- Kirchheimer,M. ,V. Miguel (coords) (2008) "Aproximaciones a los mensajes de bienvenida de los contestadores telefónicos" en LIS Ciudad Mediatizada nº 2, Buenos Aires, 51-60.
- Lejeune P. (1975) *El pacto autobiográfico y otros estudios*, Málaga, Megazul, 1994.
- Mendoza M. A (2008) "Teléfono: de la comunicación interindividual a la interfaz hombre maquina" en LIS Ciudad Mediatizada nº 1, Buenos Aires, 27- 38.
- Miller, J-A, Milner, J-C (2004) *¿Desea usted ser evaluado?*, Málaga, Miguel Gómez Editores.
- Sibila P. (2008) *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Steimberg, O. (1993) *Semiótica de los medio masivos*, Buenos Aires, Atuel.
- Verón, E. (1987) *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa.
- ____ (1999) *Esto no es un libro*, Barcelona, Gedisa.